Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/5479

02. 09. 96

Antwort
der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Elisabeth Altmann (Pommelsbrunn) und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
— Drucksache 13/5406 —

Informationsarbeit im Rahmen der Auswärtigen Kulturpolitik

Die Informationsarbeit gehört zu den wichtigsten Elementen der Auswärtigen Kulturpolitik. Ihre Aufgabe muß es sein, ein realistisches Bild der Bundesrepublik Deutschland als Kulturnation zu vermitteln. Sie muß zwischen den in einzelnen Ländern bestehenden Vorstellungen von der Bundesrepublik Deutschland und den Deutschen einerseits und den politischen Realitäten in der Bundesrepublik Deutschland andererseits vermitteln und zum Abbau von Vorurteilen beitragen.

Diesem Bereich der Auswärtigen Kulturpolitik muß ein hoher Stellenwert gerade in abgeschotteten Gesellschaften zugewiesen werden. Nur so können eine Informationsvermittlung und ein Meinungsaustausch über Länder, Kulturen und Gegebenheiten erfolgen, die der Bevölkerung in autoritär bestimmten Gesellschaften sonst vorenthalten ist.

Auswärtige Kulturpolitik kann so in unterschiedlichen Situationen durch ihren multikulturellen Anspruch z. B. gegen nationalistische und rassistische Bewegungen wirken. Sie muß gegen Diskriminierungen jeder Art und insbesondere auch gegen die Verletzung von Minderheitenrechten deutlich Position beziehen. Damit leistet sie einen wichtigen Beitrag zur Friedenspolitik.

Informationsarbeit im Ausland muß glaubwürdig sein. Sie darf auch dann nicht preisgegeben werden, wenn sie mit Sicherheits- oder Wirtschaftsinteressen in Konflikt gerät. Auswärtige Kulturpolitik darf nicht in erster Linie eine Werbeveranstaltung für den Wirtschaftsstandort Deutschland sein.

Zur Glaubwürdigkeit gehört auch, daß die Tätigkeit der Bundesregierung auf ein Mindestmaß begrenzt bleiben muß. Um die Pluralität des Angebots an Berichterstattung zu gewährleisten, muß die Informationsarbeit im Ausland daher von einer Vielzahl unabhängiger Mittlerorganisationen getragen werden, deren Programmautonomie nicht angetastet werden darf. Dieser Grundsatz darf jedoch nicht dazu führen, daß die Bundesregierung Organisationen unterstützt, die durch die Vermittlung eines einseitigen Deutschlandbildes dem Ansehen der Bundesrepublik Deutschland Schaden zufügen.

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Auswärtigen Amtes vom 29. August 1996 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

1. a) Ist die Bundesregierung der Auffassung, daß durch Auswärtige Kulturpolitik eine Außenpolitik betrieben werden kann, die der Friedenserhaltung in der Welt dient?

Ja.

Wie begründet die Bundesregierung ihre Auffassung?

Wie die Bundesregierung wiederholt, zuletzt in der Regierungserklärung des Bundesministers des Auswärtigen am 13. Juni 1996 vor dem Deutschen Bundestag, bekräftigt hat, ist die Auswärtige Kulturpolitik für die Bundesregierung ein wichtiger, integraler und gleichberechtigter Bestandteil ihrer Außenpolitik. Diese Außenpolitik ist dem Ziel der Friedenserhaltung ebenso verpflichtet wie den Menschenrechten, der Freiheit, dem Pluralismus und der Demokratie. Der Auswärtigen Kulturpolitik kommt hierbei eine große und unersetzbare Bedeutung zu (vgl. auch Antwort der Bundesregierung auf die Große Anfrage „Das Bild des vereinten Deutschland als Kulturnation in einer sich wandelnden Welt", Drucksache 12/6504).

b) Ist die Bundesregierung bereit, zum in Frage 1 a) beschriebenen Zweck finanzielle Mittel zur Verfügung zu stellen?

Wenn ja, in welcher Höhe?

Ja. Die Bundesregierung stellt 1996 für Aufgaben auf dem Gebiet der Auswärtigen Kulturpolitik insgesamt Mittel in Höhe von 3,637 Mrd. DM zur Verfügung.

2. Welche Strategien werden von seiten der Bundesregierung verfolgt, um die Etablierung eines Negativimages wegen fremden- und ausländerfeindlicher Ausschreitungen in der Bundesrepublik Deutschland zu verhindern oder abzubauen?

Die Öffentlichkeitsarbeit der deutschen Botschaften und Generalkonsulate im Ausland wird vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung (BPA) finanziert. Entsprechend seinem Auftrag, im Zusammenwirken mit dem Auswärtigen Amt ein umfassendes und wirklichkeitsnahes Deutschlandbild zu vermitteln und die deutsche Politik im Ausland verständlich zu machen, nutzt das BPA eine Vielzahl von Instrumenten der Politischen Öffentlichkeitsarbeit, um ein objektives Deutschlandbild ins Ausland zu transportieren, das frei ist von Propaganda und der kulturellen und gesellschaftlichen Wirklichkeit in unserem Land entspricht. Dazu gehört auch Verhinderung und Abbau negativer Klischees (Negativimages), wie sie durch Pauschalurteile, Übertreibungen, Verzerrungen oder Falschinformation entstehen. Hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die Auslandszeitschrift „Deutschland", audiovisuelle Medien wie das monatliche TV-Magazin „Deutschlandspiegel", die Nutzung neuer Medien

im Online- (Internet, CompuServe) und Offline-Bereich (z. B. CD-ROM), das Vortragsprogramm der Bundesregierung sowie diverse Konferenzveranstaltungen unter Beteiligung namhafter Journalisten des Auslands. Ergänzt wurden diese Instrumente in den zurückliegenden Jahren, vor allem mit Blick auf die Auswirkungen fremden- und ausländerfeindlicher Ausschreitungen, durch gezielte Informationen über den aktuellen Dienst „BPA-Spezial" und mehrere umfangreiche Dokumentationen, jeweils auch in Fremdsprachenfassungen. Die Maßnahmen des BPA werden durch Aktivitäten der Auslandsvertretungen vor Ort entsprechend ergänzt: regelmäßige Hintergrundgespräche mit ausländischen Journalisten, Belieferung der Zeitungsredaktionen im Gastland mit Nachrichtenmaterial und Hintergrundberichten aus Deutschland, Verteilung von Informationsmaterial über Deutschland, Veranstaltung von Film- und Diskussionsabenden, Ausstellungen und Vorträge in Universitäten. Insbesondere an ausländische Publizisten aus Presse, Hörfunk und Fernsehen richtet sich das Besucherprogramm der Bundesregierung, das sich als ein besonders wichtiges Instrument der Politischen Öffentlichkeitsarbeit Ausland erwiesen hat. Medienvertreter aus aller Welt haben auf diese Weise die Möglichkeit, sich in Deutschland mit Land und Menschen vertraut zu machen und Gespräche mit wichtigen Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Kultur zu führen.

Hinzu kommt der Einsatz von etablierten Instrumenten der Auswärtigen Kulturpolitik, wie z. B. das „Gästeprogramm der Bundesrepublik Deutschland", mit dem Multiplikatoren aus Drittländern nach Deutschland eingeladen werden, sich selbst im Gespräch mit Politikern, Experten und Betroffenen ein eigenes Bild zu Themen wie Ausländerfeindlichkeit etc. zu machen.

Auch die Mittlerorganisationen der Auswärtigen Kulturpolitik haben sich in den vergangenen Jahren in ihrer Programmarbeit verstärkt mit den Themen Rechtsextremismus, Ausländerfeindlichkeit und Intoleranz auseinandergesetzt. Beispielhaft ist in diesem Zusammenhang die Ausstellungsinitiative des Goethe-Instituts „I am you – Künstler gegen Gewalt" zu nennen, die unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten steht und an deren Gestaltung Menschen aus aller Welt mitgewirkt haben. Vor allem in ihren Veranstaltungen zu landeskundlichen Themen legen Goethe-Institut, Inter Nationes, die Zentralstelle für das Auslandsschulwesen, der Deutsche Akademische Austauschdienst und die übrigen Mittlerorganisationen einen Schwerpunkt auf die offene und vorurteilsfreie Behandlung der genannten Themen.

3. a) Wie beteiligt sich die Bundesregierung an der am 10. Dezember 1994 angelaufenen Kampagne des Europarates gegen Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und Intoleranz in Europa?

Der Europarat hat am 10. Dezember 1994 in allen Mitgliedstaaten eine Europäische Jugendkampagne gegen Rassismus, Fremdenfeindlichkeit, Antisemitismus und Intoleranz eröffnet. Damit hat er seine Aktivitäten auf diesem Gebiet seit der Wiener Gipfelkonferenz im Oktober 1993 erheblich verstärkt. Das deutsche natio-

nale Kommitee der Jugendkampagne hat sich aktiv daran beteiligt. Dabei haben auch Vertreter der Bundesregierung mitgewirkt. In über 200 Aktionen unter dem Motto der Kampagne „alle anders – alle gleich" haben sich zahlreiche Initiativen und Jugendgruppen in Deutschland für besseres Kennenlernen und Toleranz, kulturelle Vielfalt und Verständigung eingesetzt. Die Jugendkampagne des Europarates fand offiziell am 9. November 1995 ihren Abschluß. Die Geschäftsstelle des deutschen Komitees der Jugendkampagne in Bonn wurde aus Mitteln des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend gefördert. In der Verantwortung der Geschäftsstelle, die noch bis zum 31. März 1996 weiterarbeitete, lag auch die Herausgabe einer Informationsbroschüre, die während der Jugendkampagne regelmäßig erschienen ist, und die Herstellung einer Abschlußdokumentation.

In dem auch von der Wiener Gipfelkonferenz eingesetzten Europäischen Ausschuß gegen Rassismus und Intoleranz (ECRI) arbeiten deutsche Vertreter engagiert mit. Zur Zeit berät eine Arbeitsgruppe unter deutschem Vorsitz über allgemeine Empfehlungen des Ausschusses zur Verbesserung des Kampfes gegen Rassismus und Intoleranz. Auf nationaler Ebene hat es zahlreiche Aktivitäten gegeben, um die Öffentlichkeit vor den Gefahren des Rassismus und der Intoleranz zu warnen. Darüber ist der Ausschuß des Europarates detailliert informiert worden, der die deutschen Aktivitäten zu einem erheblichen Teil in eine Auflistung nachahmenswerter Aktionen aufgenommen hat.

b) Inwieweit ist die Kampagne in die Auswärtige Kulturpolitik der Bundesregierung eingebunden?

Siehe Antwort zu Frage 3 a).

4. a) Welchen Zweck und welche Ziele verfolgt die Bundesregierung mit der Einrichtung neuer Informationsbüros im Ausland, z. B. in New York?

Das Informationsbüro (GIC) in New York existiert seit mehr als 20 Jahren. In den Jahren 1992 bis 1995 wurden drei weitere Büros in Paris, London und Moskau geschaffen. Alle Informationsbüros sind Bestandteil der jeweiligen Botschaften. Sie dienen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundesregierung und wurden eingerichtet, um den nach der Vereinigung Deutschlands enorm gestiegenen Informationsbedarf zu politischen Fragen zu decken. Weitere Informationsbüros sind nicht vorgesehen.

b) In welchem Verhältnis steht die Tätigkeit dieser Büros zur Informationsarbeit der Goethe-Institute in den jeweiligen Zielländern?

Die Arbeitsteilung zwischen den vier Informationsbüros und den Goethe-Instituten ist mit der Leitung des Goethe-Instituts abgestimmt und funktioniert hervorragend.

c) Aus welchem öffentlichen Etat werden dieses Büros finanziert?

Die Tätigkeit der Informationsbüros wird finanziert aus den für die Politische Öffentlichkeitsarbeit im Ausland im Haushalt des BPA (Kapitel 04 03 Titel 531 32) geführten und den Auslandsvertretungen jährlich zugewiesenen Eigenmitteln (sog. Zweckmittel).

5. a) Wie oft kommt es nach Einschätzung der Bundesregierung vor, daß Materialien produziert und verteilt werden, die ein unkritisches Deutschlandbild vermitteln sollen?

Im Auftrag und in der Verantwortung der Bundesregierung werden keine Materialien produziert oder verteilt, die ein unkritisches Deutschlandbild vermitteln sollen.

b) Welche Organisationen oder Vereine produzieren oder verteilen nach Kenntnis der Bundesregierung solche Materialien?

Auf die Antwort zu Frage 5 a) wird Bezug genommen. Der Bundesregierung ist im übrigen nicht bekannt, ob und ggf. von wem derartige Materialien produziert und verteilt werden. Die von der Bundesregierung im Rahmen ihrer Auswärtigen Kulturpolitik geförderten, in eigener Verantwortung handelnden Mittlerorganisationen haben den Auftrag, ein differenziertes und realistisches Bild der Bundesrepublik Deutschland zu vermitteln.

c) Ist die Bundesregierung der Auffassung, daß die Produktion eines solchen unkritischen Deutschlandbildes letztlich kontraproduktiv wirkt?

Wie begründet die Bundesregierung ihre Auffassung?

Ja. Die Vermittlung eines undifferenzierten Deutschlandbildes geht an der Wirklichkeit unseres Landes vorbei und ist damit kontraproduktiv. Diese Auffassung bedarf nach Ansicht der Bundesregierung keiner Begründung.

6. a) Welchen Charakter soll das vom Presse- und Informationsamt der Bundesregierung für das Internet geplante „Deutschland-Informationsangebot" haben?

Seit März 1996 bietet das BPA Informationen über Deutschland im Internet an. Das Angebot gliedert sich in einen Informationsteil für Inland („Die Bundesregierung informiert") und Ausland („Facts about Germany"). Dabei orientiert sich das Informationsangebot

an den Aufgaben des BPA im Rahmen der Politischen Öffentlichkeitsarbeit, nämlich u. a. über die Politik der Bundesregierung zu informieren (Inland), ein umfassendes und wirklichkeitsnahes Deutschlandbild zu vermitteln und die deutsche Politik im Ausland verständlich zu machen (Ausland, s. o.). Dabei wird das Internet als ein internationales und zugleich nationales Kommunikations- und Informationsmedium genutzt. Um auch dem Koordinierungsauftrag des BPA und gleichzeitig dem Gedanken einer „Corporate identity" innerhalb der Bundesregierung gerecht zu werden, hat das BPA ein „Dachprogramm" eröffnet, an dem sich die einzelnen Ressorts beteiligen können.

b) Inwieweit ist geplant, hier interaktive Programme zu berücksichtigen?

Interaktive Programme in Form von sog. Dialog-Foren sind derzeit im o. g. Angebot des BPA noch nicht enthalten. Sie sind jedoch nicht grundsätzlich auszuschließen, insbesondere dann nicht, wenn dadurch die Kommunikation mit den Informationssuchenden optimiert werden kann.

c) Wie wird gesichert, daß diese Informationen parteiunabhängig und parteiübergreifend sind?

Welche Kontrollinstrumente bestehen hier?

Die durch das Bundesverfassungsgericht beschriebenen Grenzen der staatlichen Öffentlichkeitsarbeit, insbesondere was die Parteiunabhängigkeit anbelangt, sind selbstverständlich auch für die Politische Öffentlichkeitsarbeit im Internet verbindlich und werden dementsprechend beachtet.

Wie grundsätzlich üblich, wird auch die Arbeit des BPA – und dazu gehört auch das Internet-Programm – vom Deutschen Bundestag parlamentarisch kontrolliert. Die ordnungsgemäße Verwendung der Haushaltsmittel wird vom Bundesrechnungshof überwacht. Im übrigen ist das Echo der zahlreichen „Internetuser", welche regelmäßig die Angebote des BPA nutzen und über E-Mail im Kontakt mit den Verantwortlichen im BPA stehen, ein willkommenes und wirksames Kontrollelement.

Druck: Thenée Druck, 53113 Bonn, Telefon 91781-0
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333